

我国乡村旅游中的游客满意度评估及影响因素分析*

周 杨¹, 何军红¹, 荣 浩²

(1. 广东工业大学管理学院, 广东 广州 510520;

2. 五邑大学经济管理学院, 广东 江门 529020)

内容提要:本文基于2013年广东省四地区乡村旅游点的实地调查,对乡村旅游中游客的总体满意度,乡村旅游各构成要素(乡村旅游环境、乡村旅游支持系统、乡村旅游吸引物、乡村旅游服务、投诉便利性)满意度及游客重游意愿进行分析,并进一步利用Logistic回归模型分析影响乡村旅游中游客满意度的因素。研究发现,乡村旅游中的游客总体满意度较高,但乡村旅游各构成要素的满意度评价差距明显,乡村旅游的五个构成要素中,乡村旅游环境的满意度最高,其次为乡村旅游支持系统,乡村旅游吸引物的满意度评价适中,乡村旅游服务及投诉便利性的满意度评估较差;乡村旅游的游客群多为城镇人、中产者,其乡村旅游行为多为重复博弈行为,乡村旅游中游客重游意愿的强弱与乡村旅游满意度之间存在明显的相关关系;个人特征层面的性别、受教育程度,旅游行为层面的游客出游方式、游客年出游次数,目的地总体评价层面的乡村旅游环境、乡村旅游支持系统等因素,显著影响乡村旅游中的游客满意度评价。发展乡村旅游,在重视旅游者的体验性、满意度和精神追求的同时,也要重视旅游服务总体质量的提升,发挥政府、社会、市场三方面的积极性。

关键词:游客满意度;重游意愿;Logistic模型

中图分类号:F59 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2016)07—0156—11

一、引言

作为城市化进程中出现的一种新的旅游方式,乡村旅游以农村地区优美的自然景观、特色建筑、乡风民俗、文化氛围为基础,从农业体验、农村休闲、农民参与基础上逐渐发展成为包括休闲娱乐、会务度假等项目的综合性的新兴旅游方式。在我国工业化、城镇化快速发展的进程中,乡村旅游的发展可以较好地利用农村旅游资源,优化农村的产业结构,增加农民收入;可以保护和传承农村传统文化并吸收现代文化;可以保持乡村的生态优势,建设生态美丽中国;有利于提高农民在当地的社区参与度,提高民主、法制意识,实现“管理民主”的目

标。自20世纪80年代乡村旅游兴起以后,近年来发展十分迅速。2014年,我国国内旅游人数为36.3亿人次,其中,乡村旅游游客达12亿人次,占全国总数的三分之一。全国农家乐以上的乡村旅游接待点接近200万家。2016年中央一号文件《关于落实发展新理念,加快农业现代化、实现全面小康目标的若干意见》中提出,要依托农村优质的山水、田园资源,发展乡村旅游和特色创意农业,使其成为繁荣农村经济、带动现代农业、富裕新型农民的新兴支柱产业。乡村旅游在快速发展的势头下,许多问题也在不断涌现,例如配套设施不健全,医院、超市、娱乐设施缺乏;公共交通发展缓慢、乡村旅游点可进入性较差;住宿、餐饮等场所卫生状况较差;乡

收稿日期:2016-05-11

* 基金项目:国家社会科学基金青年项目“美丽乡村建设背景下乡村旅游转型升级的影响因素及实现路径研究”(15CGL035)。

作者简介:周杨(1981-),女,河南信阳人,讲师,博士,主要研究方向是乡村旅游、旅游目的地营销等,E-mail:zhouyang8908@163.com;何军红(1977-),女,湖北天门人,副教授,博士,主要研究方向是消费者行为、移动营销等,E-mail:hjhlv@163.com;荣浩(1979-),湖北仙桃人,副教授,博士,主要研究方向是乡村旅游、旅游文化等,E-mail:l3536114766@163.com。

乡村旅游从业人员服务意识和服务态度不到位,服务接待水平较差;游客投诉不能得到及时有效地处理等,导致乡村旅游服务质量问题凸显,极大地影响了游客的旅游体验和满意度,降低了游客的重游意愿,不利于乡村旅游的健康发展。Hawkins D I (1995)的研究表明,每100位满意的顾客通过口碑宣传等途径可以带来25个新顾客,而获得一位新顾客的成本通常是维持一位老顾客的5倍。所以,通过游客满意度的调查,发现影响乡村旅游中游客满意度的关键因素,并有针对性地在基础设施、景观特色、公共交通、接待服务等方面进行改进和完善,从而提高游客的满意度,进而获取游客忠诚,为乡村旅游地带来规模化的稳定客流。从一定层面上来讲,游客满意度的高低已经成为衡量乡村旅游点综合竞争力的重要指标。

2016年,国家旅游局局长李金早在全国旅游工作会议上,以专题的形式做了《从景点旅游走向全域旅游,努力开创我国“十三五”旅游发展新局面》报告,该报告中“全域旅游模式”以全新视角引领我国旅游业发展模式变革、驱动力的重构。事实上,全域旅游的“域”除了直观理解的地域,更有其丰富的内涵,比如时间域、空间域等。从游客角度而言,全域旅游需围绕游客体验,关注游客满意情况,致力于旅游服务全过程的整体优化,借助全过程体验产品,实现游客体验需求的全面满足,着力提升游客满意度。

所谓游客满意度,主要指的是游客将旅游前的预期和旅游后的体验进行对比后的一种心理评价,反映游客预期与实际体验的落差。当实际体验高于事前预期,则游客满意;反之,则游客不满意(Pizama, Neumanmy, Rechela, 1978),后来逐渐发展为期望差异模型。刘俊等(2004)对广州市北京路步行商业区的顾客满意度评估就是运用期望差异模型,研究发现,北京路步行街顾客的感知实绩低于预期,顾客的购物满意度较高,娱乐休闲方面满意度较低。游客满意度除了与旅游预期有关系,还受到旅游地的环境因素、旅游者的旅游动机的影响(King Chan, 1997)。国际上评估顾客满意度主要有三种模型,即美国顾客满意度模型、欧洲顾客满意度模型、瑞典晴雨表模型。王群(2006)基于旅游地环境感知、旅游期望、游览价值、满意度评估、游客忠诚度、游客抱怨等六方面因素构建的满意度指数模型就是参考美国顾客满意度模型,研究表明,黄山游客总体满意度较高,满意度指数为82.34,游客

满意度的主要影响因素是游览价值,价格是游览价值的主要决定因素,而游客满意度又直接影响游客的忠诚度;王昌海(2015)基于七省(市)30个乡村旅游合作社的实证调查,运用结构方程模型评估乡村旅游合作社的满意度现状,并分析合作社的效率、公平及信任与满意度的内在关系逻辑,也是参考上述模型。研究表明,乡村旅游合作社中社员的满意度主要受合作社效率和公平的影响,而合作社内部信任并不直接影响社员的满意度评价。模糊综合评价方法也是评估满意度时常用到的方法。董观志、杨凤影(2005)从基础设施、景区形象、旅游景观、交通、住宿、娱乐、购物、餐饮等方面构建出评价项目层,并建立模糊综合评价体系,提炼影响满意度的关键因素,他们认为,规模化的稳定客流是旅游景区的生命线,而顾客满意度则是维持规模化游客流的根本动力,并提供了一个测度顾客满意度水平的辅助工具;张纯等(2007)在宜昌市14个景区实地调研的基础上,利用模糊综合评价方法对影响游客满意度的主要因素进行分类和分级,研究结果表明,游客对景区资源禀赋方面的满意度较高,而在支撑保障体系建设以及协调配合能力方面评价较低,旅游景区的禀赋特色是游客最为关注的方面,旅游服务“软环节”及旅游线路组织则是游客不太关注的方面;赵宇雯、杨育军(2015)以陕西户县东韩村为例,对其特色产业的“画乡风情游”进行满意度评价采用的也是模糊综合评价模型,研究结果表明,所有项目层中,旅游景观得分最低,应该更新规划观念,突出景区特色;娱乐项目层中,娱乐性因子评价较低,应加强农事体验及农家乐等休闲娱乐项目的改进与完善;旅游地基础设施建设有待完善,农家乐室内空间品质需要提升。部分学者运用灰色关联理论来分析游客的满意度,涂玮等(2006)对南京中山陵风景名胜区游客满意度的评估就是采用这种方法,研究结果表明,中山陵旅游区游客的总体满意度较高,景区服务质量、食宿卫生环境、旅游路线标志三方面游客的感知值较高。今后应该注重游客与景区的双向互动,通过建立游客数据库,重视游客投诉处理,成立游客俱乐部等方式来提高游客的忠诚度和满意度。曹霞等(2007)对江苏省12个省辖市的旅游景区从景区环境、旅游交通、导游讲解、景区门票、住宿餐饮等方面进行的游客满意度评估也是采用灰色关联分析法。游客满

意度研究除了上述几种主要的理论和模型外,也有部分学者基于游客的旅游感知现状进行描述性分析。李舟(2001)调查了深圳华侨城旅游景区中四大主题公园的游客满意度及游客的主要需求方向,并从开发市场号召力的绝对优势项目、建设专业化公园与多样性特征相结合的旅游目的地、注重家庭旅游项目的设计开发、拓展口碑效应等方面为未来中国主题公园的发展提出了一些意见和建议;陈志钢等(2004)对南京中山陵景区的游客体验进行调查研究,结果表明,享受自然和精神放松是游客旅游的主要动机,慕名前来的游客占比较高,达到26%,说明中山陵风景区的品牌塑造初具成效,他们认为,景区品牌塑造的人本诉求是游客体验,并从改善生态环境、实行扁平化管理、改善交通条件、优化食宿环境、控制游客数量等方面提出中山陵景区品牌塑造的对策;肖朝霞等(2005)对香格里拉碧塔海景区的游客满意度进行动态监测,包括景区生态旅游资源的满意度、景区交通设施的满意度、景区旅游设施的满意度、景区服务质量的满意度、景区管理状况的满意度五个方面;张春琳(2012)分析贵州省西江千户苗寨的游客满意度及再次游览意向,研究结果显示,千户苗寨的游客总体满意度较高,百分制换算得分为75.4,游客对当地的特色饮食、风土人情、娱乐休闲等方面均具有较好的满意度,48.56%的游客表示会再次前来游玩,影响游客再次前来游玩的因素主要包括基础设施完善、卫生条件改善、食宿费用降低、商业气息降低等。

可以看出,当前学界对乡村旅游中的游客满意度评估方面涌现出了较多的研究成果,但基于数据获取(样本量偏小)和研究方法(简单数据分析为主)的制约,尚存在较多的意见分歧。本文基于2013年广东省清远、韶关、从化、河源四地区乡村旅游点的实地调查,对乡村旅游中游客的总体满意度、乡村旅游各构成要素(乡村旅游环境、乡村旅游支持系统、乡村旅游吸引物、乡村旅游服务、投诉便利性)满意度及重游意愿进行分析,并进一步利用Logistic回归模型分析影响游客乡村旅游中满意度的因素,从而有针对性地提供相关的对策建议,提升游客的重游意愿和口碑宣传效果,进而带动乡村旅游健康发展。

二、数据来源与基本情况

1. 数据来源

本文数据来源于2013年在广东省清远、韶关、

从化、河源四地区乡村旅游点的实地调查,针对乡村旅游点的游客采用随机发放问卷的方式,共计发放问卷750份,回收738份,有效问卷数为688份,有效率为93.2%。

2. 样本基本情况

从被调查对象的数据统计结果来看(如表1所示),男性占46.9%,女性占53.1%,男女分布相对均衡;从年龄构成来看,46~60岁所占比例最高,达到34.5%,其次是18~30岁的群体,占被调查对象的24.8%,31~45岁及60岁以上群体所占比例分别为22.7%和17.7%,18岁以下群体占比最小,仅为0.3%;从宗教信仰来看,6.4%的被调查对象有宗教信仰,主要信奉基督教、天主教、道教等;从受教育程度来看,大专、本科及以上所占比例达到了41.8%,高中或职高占比为31.8%,说明乡村旅游中游客的文化程度相对较高,初中及小学以下所占比例只有26.3%;从游客年出游次数来看,大部分游客一年只出游一次,比例达55.7%,出游两次和三次的比例分别为16.9%和14.1%,出游四次及以上的比例为13.3%;从出游方式来看,乘坐公共交通出游的比例为29.8%,自驾游比例较高,达到了70.2%;从重游意愿来看,重游意愿非常强和比较强的游客分别占被调查对象的2.5%和28.1%,两者合计达到了30.6%,重游意愿一般的占44.8%,说明乡村旅游目的地对游客而言还是具有一定的吸引力的,但影响并不是十分强烈。游客总体满意度相对较好,持满意态度的比例达到了68.2%,说明我国近年来的乡村旅游建设还是取得了不错的成效。

3. 乡村旅游中的游客满意度情况分析

总体来看,乡村旅游发展进程中的游客满意度较高,持满意态度的比例接近70%,这从一个侧面说明乡村旅游建设成效得到了游客的普遍认可。由于乡村旅游中的游客满意度是由多维指标综合反映而来的,根据问卷调查结果,可以更加清晰地了解乡村旅游发展进程中不同要素的游客满意度现状(如表2所示)。乡村旅游各要素主要包括乡村旅游环境、乡村旅游支持系统、乡村旅游吸引物、乡村旅游服务及投诉便利性。其中,乡村旅游环境指的是乡村旅游发展的整体大环境,包括旅游目的地的建筑特征、当地的生态环境、社会治安状况、卫生状态及乡村氛围、村民对待游客的态度以及旅游

旺季时交通拥堵状况等;乡村旅游支持系统是支撑整个乡村旅游业发展的硬件设施及特色资源,包括旅游信息系统、游览标识系统、住宿设施及特色餐饮系统等;乡村旅游吸引物是乡村旅游地能够持续吸引游客的关键点,包括乡村的田园景观、文化景观、特色民俗活动、节庆活动等;乡村旅游服务包括旅游从业人员整体素质、服务态度及服务效率等;投诉便利性主要指的是游客在乡村旅游过程中当发生纠纷时能否找到合适的维权途径。从数据统计结果可以看出,乡村旅游环境的满意度最高,持非常满意和比较满意的分别达到了2.8%和26.7%,而不满意和非常不满意的分别为26.6%和5.3%。这也说明,乡村旅游之所以快速发展,在很大程度上得益于其独特的生态环境和乡村氛围,游客从中可以体会不同于都市快节奏、高压力的生活状态,从而达到休闲放松的目的。乡村旅游支持系统也具有相对较高的满意度,被调查对象中持非常满意和比较满意的分别达到了3.0%和26.0%;乡村旅游吸引物的满意度评价适中,持非常满意和比较满意的分别为2.4%和18.7%,两者加总的比例也只有21.1%,也即只有五分之一多一点的游客对乡村旅游的吸引物持肯定态度,说明在

乡村旅游快速发展的过程中,很多旅游地的规划开发没有充分突出当地特色,模仿复制情况较为普遍,从而不能形成独特的竞争优势;乡村旅游服务及投诉便利性的满意度评估较差,其中,乡村旅游服务方面存在的问题尤为严重,被调查对象中持非常满意和比较满意的仅为0.5%和13.6%,而持不满意和非常不满意的则达到了22.0%和4.7%。乡村旅游服务质量的高低在一定程度上衡量的是乡村旅游管理人员管理水平的高低,乡村旅游服务标准的规范化程度,乡村旅游从业人员工作的态度和积极性。周杨(2014)提出,乡村旅游从业人员的满意度受到收入水平、工作时间、人际关系、工作获得难易程度、政府政策扶持力度等因素影响。通过综合性的配套措施的实施来提高乡村旅游从业人员的满意度,使其获得工作认同感和成就感,可以极大程度上带来乡村旅游服务质量的提升。乡村旅游各要素的游客满意度也反映出了当前我国乡村旅游建设进程中比较注重硬件设施的建设,比如基础设施的改善,乡村旅游环境的治理、乡村旅游吸引物的塑造,而在乡村旅游服务、顾客投诉等软实力方面的建设上距离游客的预期尚存在较大的差距。

表1 被调查对象的基本情况

项目	类别	比例(%)	项目	类别	比例(%)	项目	类别	比例(%)
性别	男	46.9	受教育程度	小学及以下	6.1	出游方式	公共交通	29.8
	女	53.1		初中	20.2		自驾游	70.2
年龄	18岁以下	0.3		高中或职高	31.8	重游意愿	非常强	2.5
	18~30岁	24.8	大专	21.2	比较强		28.1	
	31~45岁	22.7	本科及以上	20.6	一般		44.8	
	46~60岁	34.5	1次	55.7	比较弱	21.7		
	60岁以上	17.7	两次	16.9	非常弱	3.1		
宗教信仰	有宗教信仰	6.4	年出游次数	三次	14.1	总体满意度	满意	68.2
	无宗教信仰	93.6		四次及以上	13.3		不满意	31.8

资料来源:本文整理

表2 乡村旅游各要素游客满意度

乡村旅游各要素	满意度评估(%)				
	非常满意	比较满意	一般	不满意	非常不满意
乡村旅游环境	2.8	26.7	38.6	26.6	5.3
乡村旅游支持系统	3.0	26.0	33.3	30.3	7.4
乡村旅游吸引物	2.4	18.7	48.4	22.8	7.8
乡村旅游服务	0.5	13.6	59.1	22.0	4.7
投诉便利性	2.4	13.1	49.4	25.4	9.7

资料来源:本文整理

4. 重游意愿与游客满意度的关系分析

当游客发生一次乡村旅游行为后,其重游意愿的强弱在较大程度上决定着乡村旅游能否走上健康的发展道路。当游客在乡村旅游目的地游览消费后仍然具有较强的重游意愿,说明该乡村旅游目的地经营的比较成功,对游客具有较大的吸引力,而游客的口碑传颂又会持续不断地给乡村旅游地带来新的客源,从而促进该旅游地健康持续发展。通过乡村旅游中的游客总体满意度与重游意愿的交互分析,本文发现,重游意愿的强弱与乡村

旅游满意度之间存在明显的相关关系。重游意愿非常强和比较强的被调查对象中,对乡村旅游持满意态度的比例非常高,达到了88.9%和90.6%;而游客重游意愿比较弱和非常弱的被调查对象中,对乡村旅游持满意态度的比例则仅为45.6%和25%,说明乡村旅游的满意度会在较大程度上影响游客的重游意愿,进而决定乡村旅游能否健康发展。因此,研究乡村旅游发展进程中游客的满意度,分析影响游客满意度的关键因素,并有针对性地提出改进措施,可以较好地带动乡村旅游的良性发展。

表3 乡村旅游中游客重游意愿与满意度的交互分析

项目	乡村旅游中游客重游意愿(%)					合计
	非常强	比较强	一般	比较弱	非常弱	
乡村旅游的游客 总体满意度	1.0	8.7	41.3	41.8	7.2	100
	11.1	9.4	23.3	54.4	75	27.4
	2.9	31.6	51.4	13.2	0.9	100
	88.9	90.6	76.7	45.6	25	72.6
合计	2.4	25.3	48.6	21.1	2.6	100
	100	100	100	100	100	100

资料来源:本文整理

三、研究假说、模型构建与变量选择

1. 研究假说

游客对乡村旅游的总体满意度主要取决于三方面的因素:一是乡村旅游目的地总体形象,即乡村旅游环境、乡村旅游支持系统、乡村旅游吸引物、乡村旅游服务及投诉便利性等;二是游客的旅游行为,包括游客的出游方式和年出游次数;三是游客的个体特征,即人口统计特征,包括性别、年龄、受教育程度、宗教信仰等。

首先,乡村旅游的目的地是远离城市的乡村社区,其目的是满足游客回归大自然、回归原生态,在休闲和消遣中体验与城市所不同的另一种生活方式。乡村旅游以城市居民作为主要的目标客源市场,城市居民选择乡村旅游首先是要体验农村独特的生态环境和乡村氛围,因此,乡村旅游的环境越舒适,游客的满意度就会越高;乡村旅游作为一种远离城市的休闲旅游方式,其支持系统的完善与否,将会在较大程度上影响游客的旅游体验,旅游

信息系统越完善、游览标识系统越清晰准确、住宿设施越干净卫生,游客的满意度评价就会越高;乡村旅游地能够持续吸引游客的关键点在于乡村旅游吸引物,独特的自然人文景观、特色的民俗节庆活动都是吸引游客选择乡村旅游的重要因素,因此,旅游吸引物越鲜明,对游客的吸引力越大,游客的满意度就会越高;乡村旅游中游客的满意度在较大程度上会受到旅游从业人员服务态度和服务效率的影响,乡村旅游服务越到位,游客的旅游体验就会越美好,满意度就越高;游客在乡村旅游的体验中不可避免的会产生一些不愉快的经历,例如饮食的不卫生、住宿的不舒适、交通的拥堵、购物的高价诈骗、旅游从业人员态度的生硬无理等,如何能够快速地进行投诉并得到合理的解决,会极大影响游客的满意度,因此,乡村旅游中投诉途径越便利,游客的满意度越高。

综上所述,本文提出以下研究假设:

H₁:乡村旅游满意度的各构成要素中,乡村旅游的环境越舒适,乡村旅游支持系统越完善,乡村

旅游吸引物越鲜明、乡村旅游服务越到位、乡村旅游中投诉途径越便利,游客的满意度越高。

其次,旅游行为特征中,在出行方式选择上通常包括自驾游和乘坐公共交通出游。一般而言,自驾游游客的时间日程安排相对比较灵活,可以根据交通状况和旅游地的客流情况及时调整自己的旅游计划,从而获得相对较好的旅游体验,满意度相对较高;年出游次数方面,通常来讲,出游次数较少的游客平时的闲暇时间相对较少或者用于旅游休闲的预算不多,将每年进行的1~2次乡村旅游作为舒缓工作压力、放松身心的重要体验,从而在整个旅游进程中会更多地感触旅游带来的美好,满意度相对较高。

因此,本文提出如下研究假设:

H₂:旅游行为特征中,自驾游游客的满意度相对较高;年出游次数较少的游客的满意度相对较高。

再次,人口统计特征方面,就性别而言,女性参与乡村旅游主要是出于文化和健康的动机,即观光游览、品尝美食、调节身心、消除疲劳等,而男性更多是出于业务动机和交际动机,洽谈业务、商务合作、交流情感等,女性相对简单的旅游动机更可能会获得较高的满意度;从年龄而言,年龄较大的游客由于丰富的个人经历和体验,对于旅游过程中的不愉快可能会有更加包容的心态,从而满意度较高;从受教育程度而言,受教育程度越高的游客对旅游信息的把控能力,对旅游地数据资料的搜集整理能力,对旅游地相关旅游攻略的理解领悟能力,对旅游行程的安排合理程度都比较高,较好的前期准备可以更好地应对旅游过程中的突发事件,从而相对灵活地对旅游过程进行调整和适应,进而带来较好的旅游愉悦感和满意度。从宗教信仰而言,有宗教信仰的游客通常将宗教视为自己的精神支柱和情感依托,参与乡村旅游是作为丰富个人经历、愉悦身心的一种经历,对旅游中的一些不愉快会选择宽容理解的心态,满意度评价相对较高。

结合上述分析,本文提出如下研究假设:

H₃:游客的人口统计学特征中,女性、年龄较大的游客的满意度相对较高;受教育程度越高的游客的满意度越高;有宗教信仰的游客的满意度评价相

对较高。

2. 模型构建

因变量是游客对于乡村旅游总体满意度的评价,问卷设计的是“您对本次乡村旅游过程的总体评价如何”,答案选项为“非常满意”“比较满意”“一般”“不满意”“非常不满意”五个选项。本文研究影响游客对于乡村旅游总体满意度评价的因素,因此对因变量进行适当处理,合并为二分类变量。将“非常满意”“比较满意”“一般”三项合并为“满意”,赋值为“1”,将“不满意”“非常不满意”合并为“不满意”,赋值为“0”。

设游客*i*评价乡村旅游“满意”的概率为 $p(y = 1|X) = p_i$, $1 - p_i$ 表示游客评价乡村旅游“不满意”的概率,它们均是由自变量向量*X*构成的非线性函数:

$$p_i = \frac{1}{1 + e^{-(\alpha + \sum_{i=1}^m \beta_i x_i)}} = \frac{e^{\alpha + \sum_{i=1}^m \beta_i x_i}}{1 + e^{\alpha + \sum_{i=1}^m \beta_i x_i}}$$

$$1 - p_i = 1 - \frac{e^{\alpha + \sum_{i=1}^m \beta_i x_i}}{1 + e^{\alpha + \sum_{i=1}^m \beta_i x_i}} = \frac{1}{1 + e^{\alpha + \sum_{i=1}^m \beta_i x_i}} \quad (1)$$

游客评价乡村旅游“满意”和“不满意”的概率之比 $p_i/1-p_i$ 被称为事件发生比,简称为Odds,Odds一定为正值(因为 $0 < p_i < 1$),且没有上界。对Odds进行对数变换,得到Logistic回归模型的线性表达式:

$$\ln\left(\frac{p_i}{1 - p_i}\right) = \alpha + \sum_{i=1}^m \beta_i x_i \quad (2)$$

(1)式和(2)式中, α 为常数项; m 为自变量的个数,其中, β_i 是自变量的系数,反映自变量影响游客对乡村旅游满意度评价的方向及程度。

3. 变量选择

自变量从游客的人口统计特征、旅游行为特征以及旅游目的地形象评价三个方面进行选择。从变量类型来看,乡村旅游环境、乡村旅游支持系统、乡村旅游吸引物、乡村旅游服务、投诉的便利性、年出游次数、年龄、受教育程度等八个变量属于有序多分类变量,性别、宗教信仰、游客出游方式等属于二分类虚拟变量。本文的自变量满足回归分析的基本要求,用SPSS 21.0软件对数据进行描述性分析。结果如表4所示。

表4 自变量解释及统计描述

变量分类	变量名称	变量含义与赋值	均值	标准差
人口统计特征	性别	您的性别? 男=1;女=2	1.53	0.499
	年龄	您的年龄? 18岁以下=0;18~30岁=1;31~45岁=2;46~60岁=3;60岁以上=4	3.44	1.05
	受教育程度	您的受教育程度? 小学及以下=1;初中=2;高中或职=3;大专=4;本科及以上=5	3.30	1.18
	宗教信仰	您的宗教信仰? 有宗教信仰=1;无宗教信仰=0	0.06	0.25
旅游行为特征	出游方式	您的出游方式? 乘坐公共交通出游=0;自驾游=1	0.70	0.46
	年出游次数	您平均每年的出游次数? 1次=1;两次=2;三次=3;四次及以上=4	1.85	1.10
目的地形象评价	乡村旅游环境	您对乡村旅游环境满意吗? 非常满意=1;满意=2;一般=3;不满意=4;非常不满意=5	3.05	0.93
	乡村旅游支持系统	您对乡村旅游支持系统满意吗? 非常满意=1;满意=2;一般=3;不满意=4;非常不满意=5	3.13	0.98
	乡村旅游吸引物	您对乡村旅游吸引物满意吗? 非常满意=1;满意=2;一般=3;不满意=4;非常不满意=5	3.15	0.89
	乡村旅游服务	您对乡村旅游服务满意吗? 非常满意=1;满意=2;一般=3;不满意=4;非常不满意=5	3.17	0.73
	投诉便利性	您觉得乡村旅游投诉是否便利? 非常便利=1;比较便利=2;一般=3;不太便利=4;很不便利=5	3.27	0.89

资料来源:本文整理

四、影响游客满意度评价的因素分析

1. 模型估计结果

为了检验个体特征、旅游行为特征、旅游目的地总体形象等三个层面因素对乡村旅游中游客满意度的影响,本文采用二元 logistic 回归方法的 Enter 法,得到模型回归分析结果(如表5所示)。由回归结果可知,人口统计特征方面的性别、受教育

程度,旅游行为特征方面的出游方式、年出游次数,旅游目的地形象评价方面的乡村旅游环境、乡村旅游支持系统等,显著影响游客对乡村旅游的满意度评价。至于人口统计特征方面的其他变量(如年龄、宗教信仰),旅游目的地形象评价方面的其他变量(如乡村旅游吸引物、乡村旅游服务、投诉便利性)虽然也对回归结果产生一定的影响,但影响效果并不显著。

表5 乡村旅游中游客满意度影响因素的 Logistic 回归结果

自变量	B	S. E.	Wals	df	Sig.	Exp (B)
性别	1.478	0.678	4.759	1	0.029	4.385
年龄	0.462	0.299	2.392	1	0.122	1.587
受教育程度	0.706	0.425	2.754	1	0.097	2.025
宗教信仰	1.335	1.611	0.686	1	0.407	3.800
出游方式	2.393	0.721	11.014	1	0.001	10.945
年出游次数	-0.431	0.261	2.732	1	0.098	0.650
乡村旅游环境	-0.880	0.447	3.872	1	0.049	0.415
乡村旅游支持系统	-1.910	0.396	23.229	1	0.000	0.148
乡村旅游吸引物	-0.656	0.403	2.650	1	0.104	0.519
乡村旅游服务	-0.523	0.410	1.622	1	0.203	0.593
投诉便利性	-0.173	0.438	0.156	1	0.693	0.841
Constant	6.772	2.284	8.792	1	0.003	872.642
模型显著水平 = 0.000 -2Loglikelihood = 107.216 Cox&SnellR ² = 0.513 NagelkerkeR ² = 0.723						

资料来源:本文整理

2. 模型估计结果的理论阐释

由模型估计结果可以看出,个人特征、旅游行为特征、旅游目的地总体评价三个层面的11个因素中,性别、受教育程度、游客出游方式、游客年出游次数、乡村旅游环境、乡村旅游支持系统共计六个自变量显著影响乡村旅游中游客的满意度评价。

(1)人口统计特征层面的影响。性别在5%的统计水平上显著正向地影响游客在乡村旅游中的满意度评价,即游客群体中的女性对乡村旅游的满意度评价较高,男性的满意度评价相对较低。这也印证了前面的研究假设,即男性和女性参与乡村旅游的动机不完全相同,而不同的旅游动机将会左右旅游后的满意度。受教育程度在10%的统计水平上显著正向地影响游客在乡村旅游中的满意度评价,即受教育程度越高的被调查对象对乡村旅游的满意度评价较高,这也印证了前面的研究假设。

(2)旅游行为特征层面的影响。出游方式在1%的统计水平上显著正向地影响游客在乡村旅游中的满意度评价,即自驾游的游客对乡村旅游的满意度评价较高,而选择公共交通出行的游客满意度相对较低,这也印证了前面的研究假设,即自驾游游客的时间日程安排相对比较灵活,可以根据交通状况和旅游地的客流情况及时调整自己的旅游计划,从而获得相对较好的旅游体验。年出游次数在10%的统计水平上显著负向地影响游客在乡村旅游中的满意度评价,即年出游次数较少的游客对乡村旅游的满意度评价较高,而年出游次数较多的游客对乡村旅游的满意度评价相对较低,这也印证了前面的研究假设。

(3)目的地总体评价层面的影响。乡村旅游环境在5%的统计水平上显著负向地影响游客在乡村旅游中的满意度评价,即在乡村旅游的过程中,游客对乡村旅游环境的评价越高,则满意度也相对较高,这也印证了前面的研究假设,即游客选择乡村旅游普遍希望能有一个好的旅游环境,即旅游地较好的治安状况、较好的生态环境、村民友善和蔼的接纳态度等。因此,在美丽乡村建设的背景下,应该注重乡村基础设施的改善、村民文明素养的提升,乡村整体氛围的改进等,从而营造一个好的旅游大环境,促进乡村旅游健康有序发展。乡村旅游支持系统在1%的统计水平上显著负向地影响游客在乡村旅游中的满意度评价,即在乡村旅游的过程

中,游客对乡村旅游支持系统的评价越高,则满意度也相对较高,这也印证了前面的研究假设,即较好的旅游信息系统可以带来信息的互通共享,较好的游览标识系统可以带来游客游览参观的便利,安全卫生的住宿设施及独具特色餐饮系统可以带来更好的旅游体验,从而提升游客的满意度,进而带动乡村旅游快速的发展。

五、研究结论与建议

第一,本文研究发现,乡村旅游中游客的总体满意度较高,但乡村旅游各构成要素的满意度评价差距明显。调研数据显示,乡村旅游发展进程中的游客总体满意度较高,持满意态度的比例接近70%,这从一个侧面说明乡村旅游建设成效得到了游客的普遍认可,但乡村旅游各构成要素的满意度评价差距明显。从数据统计结果可以看出,乡村旅游的五个构成要素中,乡村旅游环境的满意度最高,其次为乡村旅游支持系统;乡村旅游吸引物的满意度评价适中,乡村旅游服务及投诉便利性的满意度评估较差,其中乡村旅游服务方面存在的问题尤为严重。五个构成要素中,乡村旅游服务、顾客投诉处理等属于旅游软实力建设方面,这也反映出了当前我国乡村旅游建设进程中比较注重硬件设施的建设、基础设施的改善,而忽视对旅游软实力方面的建设,从而导致游客的预期与现实体验的差距,影响总体满意度。游客满意度作为衡量游客旅游后总体评价的重要标尺,鉴于其在维持规模化的稳定游客群中的重要作用,应该对游客满意度评价不高的要素进行慎重考查,找出可以优化改进的地方。

第二,本文研究发现,乡村旅游中游客重游意愿的强弱与乡村旅游满意度之间存在明显的相关关系。调研数据显示,乡村旅游者多为城镇人、中产者,具有相对较高的文化程度,自驾游的比例较高。他们的旅游行为多为休闲旅游、深度游,不同于普通游客的观光游。观光游一般是选择自己想去的地方去观赏风景名胜、文化古迹、城市美景、乡土人情等,通过短暂的休闲停留增长见识、愉悦身心,既享受大自然造化之美,又体验异地购物的乐趣。由于世界上有大量的旅游地等待游客去观光旅游,而每一位游客的时间相对有限,所以,观光游通常不会重复选择某一固定的旅游

地,一次性博弈较多,游客对某一景点参观过一次之后,通常不会再次选择,因此,观光旅游不太注重对游客重游意愿的考察。而乡村旅游地多为城市周边的特色乡村,游客群相对比较稳定,多为城市的中产者、上班族,大多为重复博弈行为,游客乡村旅游的满意度会在较大程度上影响游客的重游意愿,进而决定乡村旅游能否健康发展。游客重游意愿的强弱在较大程度上取决于其第一次乡村旅游的总体体验。当游客在乡村旅游目的地游览消费后仍然具有较强的重游意愿,说明该乡村旅游目的地经营的成功,对游客具有较大的吸引力,而游客的口碑传颂又会给乡村旅游地持续不断的带来新的稳定客源,从而促进该旅游地健康持续发展。

第三,个人特征层面的性别、受教育程度,旅游行为层面的游客出游方式、游客年出游次数,目的地总体评价层面的乡村旅游环境、乡村旅游支持系统等因素显著影响乡村旅游中游客的满意度评价。男性和女性参与乡村旅游的动机不完全相同,因此,他们的满意度评价差距较大,统计结果显示,游客群体中的女性对乡村旅游的满意度评价较高。受教育程度高低在一定程度上会对游客的旅游信息把控能力、行程安排合理程度等产生影响,统计结果显示,受教育程度越高的游客对乡村旅游的满意度评价较高。与选择公共交通的旅游者相比,自驾游游客对乡村旅游的满意度评价较高。出游次数方面,年出游次数较少的游客对乡村旅游的满意度评价较高。在乡村旅游的过程中,游客对乡村旅游环境的评价越高,对乡村旅游支持系统的评价越高,则满意度也相对较高。因此,在美丽乡村建设的背景下,应该注重乡村基础设施的改善、村民文明素养的提升,乡村整体氛围的改进等,构建较好的旅游信息系统带来信息的互通共享、较好的游览标识系统带来游客游览参观的便利,安全卫生的住宿设施及独具特色餐饮系统带来更好的旅游体验,从而营造一个好的旅游大环境和相对健全的旅游支持系统,促进乡村旅游健康有序地发展。

第四,乡村旅游的发展不仅要重视旅游者的体验性和满意度,更要重视旅游服务总体质量的提

升。乡村旅游最早出现在20世纪70年代的欧洲,80年代之后在世界各国快速发展起来。研究焦点主要集中在乡村旅游的概念、乡村旅游与乡村社区的关系、乡村旅游的经济及文化影响、乡村旅游的市场营销及战略管理、乡村旅游者研究等方面。发达工业化国家乡村旅游发展的经验充分表明,要促进乡村旅游的健康发展,不仅要重视旅游者的体验性、满意度和精神追求,更要重视旅游服务总体质量的提升,发挥政府、社会、市场三方面的积极性。要发挥政府在乡村旅游发展中的基础设施建设、土地利用、环境保护等方面宏观调控作用,并对乡村旅游发展提供财政投入和政策扶持;应该保证乡村社区在乡村旅游发展中的主体地位,使他们充分参与到乡村旅游发展中去并从中获得经济收益;应该重视乡村自然环境和文化环境的保护,塑造鲜明的乡村旅游主题形象;重视乡村旅游多维营销网络的建设等。只有这样,我国乡村旅游才能走上健康快速发展的道路。

最后,纵观2016年国家旅游局推出的全年工作大纲整体,乡村旅游、全域旅游都被作为全年的重点关注对象。其中,“全域旅游”背景下,对于游客而言的“全域”,则可以理解为旅游的“全过程”满意,即游客对从居住地到预期目的地涉及到交通、餐饮、饭店、购物等一个或多个环节构成完整的旅行全过程的满意情况。“全域旅游”发展模式阶段,游客满意度将得到重点关注。一个地方乡村旅游业的可持续性和发展的竞争力将由市场秩序的好坏决定,而市场秩序好坏的指标将以游客满意度为重要衡量标准。值得注意的是,乡村旅游竞争力依赖于是否具有规范有序的旅游市场秩序,因此,在未来的乡村旅游经营发展中,需要各级组织通过全域治理、全域提升来实现旅游市场规范有序这一目标。鉴于本文研究中发现游客对乡村旅游各构成要素的满意度评价依然存在明显差距,未来的乡村旅游开发中,无论是政府管理部门制定政策措施还是开发实践中,都必须更新观念,致力于为旅游者呈现全新形态的旅游目的地,即旅游相关要素配置完备、游客体验需求能够全面满足、能够进行开放式旅游的目的地,全面提升游客满意度。

参考文献:

[1] Abraham Pizam, Yoram Neumann, Arie Reichel. Dimensions of Tourist Satisfaction with a Destination Area [J]. Annals of

Tourism Research,1978,(5):314-322.

- [2] Beeton S. Rural Tourism in Australia: Has the Gaze Altered? Tracking Rural Images through Film and Tourism Promotion [J]. International Journal of Tourism Research,2004,6,(3):125-135.
- [3] Gartner W C. Rural Tourism Development in the USA [J]. International Journal of Tourism Research,2004,6,(3):151-164.
- [4] Hawkins D I, Best, R J, Coney, K A. Customer Behaviour: Building Marketing Strategy [M]. New York: McGraw Hill, 1995.
- [5] King Chan. Tourist Satisfaction in Relation to Whole Day in Thailand [J]. Journal of Marketing Research, 1997, (7): 30-40.
- [6] Kneafsey M. Rural Cultural Economy: Tourism and Cultural Relation [J]. Annals of Tourism Research, 2001, 28, (3): 762-783.
- [7] Mackay H. Generations: Baby Boomers, Their Parents and Their Children [M]. Pan Macmillan Australia, 1997.
- [8] Wong J, Law R. Differences in Shopping Satisfaction Levels: A Study of Tourists in Hong Kong [J]. Tourism Management, 2003, 24, (4): 401-410.
- [9] 曹霞, 丁蕾. 江苏区域旅游游客满意度评价研究 [J]. 郑州: 河南科学, 2007, (2).
- [10] 程溪苹, 孙虎. 基于 IPA 方法的中国历史文化名城游客满意度分析: 以韩城为例 [J]. 北京: 资源科学, 2012, (7).
- [11] 淳伟德, 欧阳艳梅. 文化创意型旅游地游客满意度研究: 以成都东郊记忆为例 [J]. 成都: 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2014, (2).
- [12] 董观志, 杨凤影. 旅游景区游客满意度测评体系研究 [J]. 北京: 旅游学刊, 2005, (1).
- [13] 李琳, 徐洁. 我国乡村旅游游客满意度区域差异特征比较研究 [J]. 长沙: 求索, 2013, (4).
- [14] 李瑛. 旅游目的地游客满意度及影响因子分析——以西安地区国内市场为例 [J]. 北京: 旅游学刊, 2008, (4).
- [15] 粟路军, 黄福才. 城市居民乡村旅游满意度的实证研究——以长沙市为例 [J]. 上海: 旅游科学, 2009, (4).
- [16] 廉同辉, 余菜花, 包先建, 卢松. 基于模糊综合评价的主题公园游客满意度研究: 以芜湖方特欢乐世界为例 [J]. 北京: 资源科学, 2012, (5).
- [17] 刘俊, 马风华, 苗学玲. 基于期望差异模型的 RBD 顾客满意度研究——以广州市北京路步行商业区为例 [J]. 北京: 旅游学刊, 2004, (5).
- [18] 刘旺, 孙璐. 成都城市居民乡村旅游目的地选择行为特征的考究 [J]. 成都: 西南民族大学学报, 2010, (3).
- [19] 罗慧敏, 喻忠磊, 张华. 文化创意型旅游地游客满意度测评及影响因子分析——以上海市田子坊、M50 和红坊为例 [J]. 北京: 资源科学, 2016, (2).
- [20] 史春云, 孙勇, 张宏磊, 刘泽华, 林杰. 基于结构方程模型的自驾游客满意度研究 [J]. 北京: 地理研究, 2014, (4).
- [21] 涂玮, 任黎秀, 吴兰桂, 谢雯. 基于灰色系统的成熟旅游地游客满意度研究——以南京中山陵园风景名胜为例 [J]. 济南: 山东师范大学学报(自然科学版), 2006, (3).
- [22] 王昌海. 效率、公平、信任与满意度: 乡村旅游合作社发展的路径选择 [J]. 北京: 中国农村经济, 2015, (4).
- [23] 王凯, 唐承财, 刘家明. 文化创意型旅游地游客满意度指数测评模型——以北京 798 艺术区为例 [J]. 北京: 旅游学刊, 2011, (9).
- [24] 王群, 丁祖荣, 章锦河, 杨兴柱. 旅游环境游客满意度的指数测评模型——以黄山风景区为例 [J]. 北京: 地理研究, 2006, (1).
- [25] 汪侠, 顾朝林, 梅虎. 旅游景区顾客的满意度指数模型 [J]. 北京: 地理学报, 2005, (5).
- [26] 汪侠, 梅虎. 旅游地游客满意度: 模型及实证研究 [J]. 北京第二外国语学院学报, 2006, (7).
- [27] “游客满意度指数”课题组. 游客满意度测评体系的构建及实证研究 [J]. 北京: 旅游学刊, 2012, (7).
- [28] 俞万源, 冯亚芬, 梁锦梅. 基于游客满意度的客家文化旅游开发研究 [J]. 长春: 地理科学, 2013, (7).
- [29] 张纯, 吕斌, 孙莉. 游客体验的模糊综合评价方法——基于宜昌市景区的问卷调查 [J]. 北京: 旅游学刊, 2007, (4).
- [30] 张春琳. 乡村旅游游客满意度及再次游览意向影响因素研究——来自贵州省西江千户苗寨的经验证据 [J]. 北京: 农业经济问题, 2012, (1).
- [31] 赵宇雯, 杨育军. 基于模糊综合评价法的乡村旅游规划游客满意度研究——以陕西户县东韩村为例 [J]. 重庆: 西部人居环境学刊, 2015, (4).

Satisfaction Evaluation of Tourist and Influence Factors Analysis in Rural Tourism

ZHOU Yang¹, HE Jun-hong¹, RONG Hao²

(1. School of Management of Guangdong University of Technology, Guangzhou, Guangdong, 510520, China;

2. School of Economics and Management of Wuyi University, Jiangmen, Guangdong, 529020, China)

Abstract: This paper analyses the overall satisfaction of tourists, satisfaction of various components in rural tourism (rural tourism environment, support system, rural tourism attractions, rural tourism services, convenience of complaints) and revisit intention of tourists based on field survey of tourist spots in four areas of Guangdong province in 2013, and further analyses the factors influencing the satisfaction of tourist by Logistic regression model.

The study found that overall satisfaction of tourists in rural tourism is higher, but satisfaction difference of various components in rural tourism is big. From the statistic results, we found the highest satisfaction of the five elements is rural tourism environment, followed by rural tourism support systems. The satisfaction evaluation of rural tourism attraction is modest. The satisfaction evaluation of rural tourism services and complaints convenience is poor. There is particularly serious problem in rural tourism services. The rural tourism service and customer complaint handling belong to soft power building of tourism in five elements. It also reflects the current process of rural tourism development which pay more attention to the improvement of infrastructure hardware facilities, while ignoring soft power building of tourism. It lead to gap between expectation and real tourist experience which affecting the overall satisfaction.

There is an obvious relationship between revisit intention and rural tourism satisfaction. Survey data show that rural tourists was mostly urban people and middle class, have a relatively high level of education and have a higher proportion traveling by car. Their travel behavior was mostly leisure travel and deep travel, which is different from ordinary city tourists. City tours are mostly one-off game, rural tourism are mostly repeated game behavior. Satisfaction of tourism visitors will affect willingness of visitor revisit intention in a greater degree, and then determine whether the rural tourism have a healthy development. The degree of visitor revisit intention depends on the strength of its first overall experience of rural tourism. When tourists have a strong willingness to revisit after they consumed, it indicated that the rural tourism destination have a successful management and were attractive to tourists. Tourists reputation lips will continue to bring new customers, thereby promoting the healthy and sustainable development of tourism destination.

Six factors affected the tourist satisfaction passed the statistical significant test. That is gender and education level of personal characteristics, travel way and tourist trips of behavior level, rural tourism environment and support system of overall evaluation. Development of rural tourism should not only pay attention to the experience of tourists and satisfaction, but also pay more attention to enhance the overall quality of tourism services. Rural tourism first appeared in the 1970s in Europe, which has a rapid development in the world after 1980s. Research focused mainly in terms of the concept of rural tourism, rural tourism and rural community relations, economic and cultural impact of rural tourism, marketing and strategic management of rural tourism, rural tourist and so on. Experience of developed industrialized countries fully demonstrated that we should not only pay attention to the experience of tourists and satisfaction, but also pay more attention to enhance the overall quality of tourism services, enhance the initiative of three aspects of the government, society and market. Government should play a important role on infrastructure construction in rural tourism development, land use, environmental protection and other macro-regulation and provide rural tourism development policy support and financial investment. We should ensure the dominant position of rural communities in rural tourism development, ensure their full participation in the development of rural tourism and derive economic benefits. We should pay attention to the protection of rural natural and cultural environment, create a distinctive rural tourism theme image. We should attach importance to the multi-dimensional marketing network construction of rural tourism. Only in this way can China's rural tourism embark on the path of healthy and rapid development.

Key Words: tourist satisfaction; revisit intention; logistic model

(责任编辑:月 才)